

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *BRAND TRUST* DAN HARGA TERHADAP
MINAT BELI KFC DI BOYOLALI**



SKRIPSI

Diajukan Untuk memenuhi Tugas dan Syarat-syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen
Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun oleh:

ADI AGUNG ANJAYA

B100170262

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2021

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan di bawah ini telah membaca skripsi dengan judul:

PENGARUH BRAND IMAGE, BRAND TRUST DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI KFC DI BOYOLALI

Yang ditulis dan disusun oleh:

ADI AGUNG ANJAYA
B100170262

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, 21 Juni 2021

Pembimbing



(Drs. Kusdiyanto, M.Si.)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Dr. Drs. Syamsudin, M.M.)
NIP 19570217 1986 031 001

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. A. Yani Tromol Pos 1 Pabelan Kartosuro Telp. (0271) 717417 Surakarta 57102

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : ADI AGUNG ANJAYA

NIM : B100170262

Jurusan : MANAJEMEN

Judul Skripsi : **PENGARUH BRAND IMAGE, BRAND TRUST DAN
HARGA TERHADAP MINAT BELI KFC DI BOYOLALI**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya yang telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 1 Juni 2021

Yang membuat pernyataan



(Adi Agung Anjaya)

MOTTO

“Hidup itu melawan arus, hamya sampah dan ikan mati yang mengikuti arus”

(Emha Ainun Najib)

“Terkadang, orang dengan masa lalu paling kelam, akan menciptakan masa depan yang paling cerah”

(Umar bin Khattab)

“Jangan melihat masa lalu karena engkau akan bersedih. Jangan engkau takut pada masa depan, karena kelak engkau akan gagal. Namun tinggalkanlah rasa sedihmu dan bergembiralah, serta bertawakal kepada Tuhanmu, maka engkau akan berhasil”

(Habib Syech bin Abdul Qadir Assegaf)

“Jadilah yang terbaik versi dirimu sendiri”

(Penulis)

PERSEMBAHAN

Penulisan skripsi dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Penulis persembahkan Skripsi ini kepada:

1. Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan keagungan-Nya yang telah memberi hamba kesehatan dan kelancaran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak, Ibu dan kakak-kakak yang telah memberikan dukungan baik secara moral, material, serta doa yang tiada henti-hentinya, semoga bisa memenuhi harapan dan membanggakan kalian.
3. Teman-teman yang telah memberikan dukungan dalam penulisan skripsi.
4. Serta seluruh Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Bisnis di Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberi saya banyak ilmu dan wawasan.
5. Almamaterku tercinta, Universitas Muhammadiyah Surakarta.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Brand Image, Brand Trust dan Harga Terhadap Minat Beli KFC di Boyolali. Sampel pada penelitian ini adalah 50 responden yang diambil melalui metode *purposive sampling*. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji instrument data, uji asumsi klasik, uji hipotesis, dan uji kelayakan model dengan menggunakan SPSS 21.00. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 1) Brand Image berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Beli; 2) Brand Trust berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Beli; 3) Harga berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Beli. Hal ini berarti semua variabel berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Beli pada KFC di Boyolali.

Kata Kunci : *Brand Image, Brand Trust*, Harga, dan Minat Beli

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of brand image, brand trust and price on buying interest in KFC in Boyolali. The sample in this study were 50 respondents who were taken through purposive sampling method. The analytical tools used in this research include data instrument test, classic assumption test, hypothesis test, and model feasibility test using SPSS 21.00. The results of this study indicate that 1) Brand Image has a significant positive effect on Purchase Intention; 2) Brand Trust has a significant positive effect on Purchase Interest; 3) Price has a significant positive effect on Buying Interest. This means that all variables have a significant positive effect on Buying Interest at KFC in Boyolali.

Keyword: Brand Image, Brand Trust, Price and Buying Interest

KATA PENGANTAR



Assalamualaikum wr.wb.

Alhamdulillah segala puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “ Pengaruh Brand Image, Brand Trust dan Harga terhadap Minat Beli KFC di Boyolali”. Tidak lupa sholawat dan salam selalu tercurahkan kepada junjungan kita Rosulullah Muhammad SAW yang dengan perjuangan telah menghantarkan kita menjadi umat pilihan, terlahir untuk seluruh manusia demi menuju Ridho-Nya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terwujud tanpa bimbingan, arahan, dan bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Sofyan Anif, M.Si selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta dan segenap pimpinan rektorat Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Dr. Syamsudin, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Imronudin, S.E., M.Si., Ph.D selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Bapak Drs. Kusdiyanto, M.Si. selaku pembimbing yang telah membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Ahmad Mardalis, S.E., M.B.A. selaku pembimbing akademik penulis.
6. Seluruh Dosen dan Karyawan khususnya Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah rela

membimbing serta membagikan ilmunya kepada mahasiswa serta telah membantu dalam bidang akademik dan administrasi mahasiswa.

7. Bapak dan Ibu yang selalu memberikan kasih sayangnya, yang tiada bosan memberikan dukungan dengan ikhlas baik spiritual dan material serta tak pernah bosan mendoakan dan menasihati demi kebaikan penulis.
8. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu namun memiliki arti dalam menyelesaikan karya ini. Tanpa bermaksud mengabaikan, hanya keterbatasan ruang dan kekhilafan penulis semata.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan baik dari penulisan maupun penyajian. Untuk itu segala saran dan kritik yang membangun semoga berguna bagi penelitian selanjutnya. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan dan menjadi awal kesuksesan penulis dimasa depan. Aamiin.

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Sistematika Penulisan	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
A. Tinjauan Teori	10
B. Penelitian Terdahulu.....	16
C. Hipotesis	19
D. Kerangka Pemikiran	21
BAB III METODE PENELITIAN.....	23
A. Jenis Penelitian	23
B. Populasi dan Sampel	23
C. Sumber Data	25

D. Teknik Pengumpulan Data	25
E. Definisi Operasional Variabel Dan Pengukuran.....	26
F. Analisis Data	28
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	34
A. Deskripsi Responden.....	34
B. Analisis Data	36
C. Pembahasan	54
BAB V PENUTUP.....	56
A. Kesimpulan	56
B. Saran-Saran.....	56
DAFTAR PUSTAKA	58
LAMPIRAN	60

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	16
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	34
Tabel 4.2 Karakteristik Usia Responden.....	35
Tabel 4.3 Karakteristik Tingkat Pekerjaan Responden.....	36
Tabel 4.4 Rangkuman validitas instrumen Brand Image (X1)	38
Tabel 4.5 Rangkuman Validitas Instrumen Brand trust (X2)	39
Tabel 4.6 Rangkuman Validitas Instrumen Harga (X3)	40
Tabel 4.7 Rangkuman Validitas Instrumen Minat Beli Konsumen (Y).....	41
Tabel 4.8 Hasil Reliabilitas	42
Tabel 4.9 Hasil Pengujian Normalitas	43
Tabel 4.10 Hasil Pengujian Multikolinieritas	44
Tabel 4.11 Hasil Uji Heteroskedastisitas	45
Tabel 4.12 Rekapitulasi Regresi Linier Berganda	46

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	21
Gambar 4.1 Perhitungan komputer SPSS	50